

На правах рукописи



Штерц Ольга Михайловна

**ЦЕННОСТНЫЕ
И КОММУНИКАТИВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ
ОБРАЗА ЖИЗНИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ
СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

Специальности: 19.00.01 — общая психология, психология
личности, история психологии
19.00.05 — социальная психология

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата психологических наук

Казань – 2007

Работа выполнена на кафедре психологии Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Елабужский государственный педагогический университет» и кафедре психологии кризисных и экстремальных ситуаций факультета психологии Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина»

Научный руководитель: доктор психологических наук, профессор

Рогов Михаил Георгиевич

Научный консультант: доктор психологических наук, профессор

Аболин Лев Михайлович

Официальные оппоненты: доктор психологических наук, профессор

Шульга Татьяна Ивановна

кандидат психологических наук

Грузд Лариса Васильевна

Ведущая организация:

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Удмуртский государственный университет»

Защита состоится «___» ноября 2007 г. в ___ часов на заседании диссертационного совета Д 212.081.22 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора психологических наук при Казанском государственном университете по адресу: 420008, г. Казань, ул. Кремлевская, 18, физический корпус, ауд. 506.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского Казанского государственного университета по адресу: 420008, г. Казань, ул. Кремлевская, 35.

Автореферат разослан «___» октября 2007 года

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат психологических наук,
доцент



Габдреева Г.Ш.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В образе жизни закреплены и находят обобщенное выражение результаты взаимодействия человека со всей совокупностью оказываемых на него социальных влияний (В.Т. Лисовский, В.И. Толстых). В своей жизнедеятельности человек как субъект общественных отношений отражает образ жизни той общности, к которой он принадлежит.

Как социально-психологическая категория образ жизни, его содержание и компоненты рассматриваются в трудах К.А. Абульхановой, Б.Ф. Ломова, Б.Д. Парыгина, Л.В. Соханя, А.Н. Сухова, В.А. Тихоновича, В.А. Ядова и других ученых. Однако в этих работах не определено влияние ценностных составляющих образа жизни на систему производственных взаимоотношений, хотя еще Б.Ф. Ломов, говоря о важности социально-психологической стороны образа жизни, подчеркивал: «... когда говорится об образе жизни определенного человека, то имеется в виду не только то, что и как он делает, но и то, с кем и как он общается, к кому и как он относится» (1984).

Проблема изучения ценностных ориентаций в образе жизни личности приобретает особую важность в связи с тем, что с проведением экономических преобразований и становлением рыночных отношений профессиональная сфера жизнедеятельности претерпела значительные изменения: существовавшие ранее ценностные приоритеты отошли на второй план, уступив лидирующие позиции экономическим и материальным ценностям.

Одним из примеров многочисленных социальных групп, представленных в профессиональной сфере современного общества, являются руководители среднего звена, образующие специфическую социальную группу. Профессионализм деятельности руководителей среднего звена недавно стал предметом специальных исследований в психологии личности и социальной психологии (К.А. Абульханова, А.А. Бодалев, А.Н. Занковский, А.Л. Свенцицкий и др.). В поле зрения исследователей находятся многие вопросы, связанные с деятельностью представителей этой социальной группы: выявляются базовые характеристики этой деятельности (Ю.Д. Красовский, М.Г. Рогов), анализируются ее трудности (В.Г. Афанасьев, А.Г. Ковалев, Ю.А. Тихомиров, Л.И. Уманский, Р.Х. Шакуров), основные мотивы (А.Л. Журавлев, В.П. Позняков), в том числе мотивы получения дополнительного профессионального образования (Д.А. Прохорова). При этом, несмотря на значительный интерес ученой общественности к рассматриваемой теме, практически без внимания оставлены психологические аспекты образа жизни руководителей, в том числе — его коммуникативные и ценностные составляющие, исследование которых представляется **актуальным** как для *психологии личности*, так и *социальной психологии*, поскольку через изучение и описание ценностных и коммуни-

кативных составляющих жизнедеятельности руководителей среднего звена можно определить содержание их образа жизни, что в свою очередь позволит раскрыть психологические особенности необходимые для оптимального взаимодействия руководителей среднего звена с социальной общностью.

Сказанное позволяет сформулировать суть **проблемы** предпринятого исследования: каким образом ценностные и коммуникативные составляющие образа жизни определяют производственные отношения руководителей среднего звена, решение которой может способствовать оптимизации коммуникативного аспекта управленческой деятельности.

Цель исследования заключается в выявлении особенностей содержания и взаимосвязи ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни руководителей среднего звена.

Объект исследования: образ жизни руководителей среднего звена как специфической социальной группы.

Предмет исследования: ценностные и коммуникативные составляющие образа жизни руководителей среднего звена.

В исследовании сформулирована следующая **гипотеза:** руководителям среднего звена как специфической социальной группе присущ образ жизни, отличающийся от образа жизни подчиненных. Содержание образа жизни руководителя определяется его ценностными приоритетами и получает отражение в профессиональных отношениях, оно также характеризуется общими и специфическими особенностями, обусловленными половыми различиями.

В соответствии с целью и гипотезой исследования определены следующие **задачи:**

1. На основе теоретического анализа зарубежной и отечественной литературы по проблеме категорий «образ», «образ жизни» и их содержания у руководителей среднего звена, создать необходимое теоретическое обоснование для предпринятого исследования.
2. Определить концептуальные основы исследования ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни. Осуществить диагностику выделенных составляющих образа жизни у руководителей среднего звена и подчиненных.
3. Выявить характер взаимосвязи ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни у руководителей среднего звена (в различных жизненных сферах — профессиональной, общественной, семейной, обучения и образования, увлечений, физической активности).
4. Выявить отличительные особенности структуры показателей ценностной и коммуникативной сфер личности руководителей среднего звена и подчиненных.
5. Осуществить сравнительный анализ ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни выборок руководителей средне-

го звена, выделенных в соответствии с их половой принадлежностью.

6. Сформулировать рекомендации к осуществлению дифференцированного по половому признаку подхода к разработке и внедрению мероприятий, направленных на оптимизацию коммуникативного аспекта управленческой деятельности.

Методологическую базу и теоретическую основу работы составили: системный подход к процессу получения эмпирического знания о предмете исследования (Б.Г. Ананьев, П.К. Анохин, В.А. Барабанщиков, Б.Ф. Ломов) и разработанный на его основе системно-деятельностный подход к исследованию ценностно-мотивационной сферы личности (М.Г. Рогов); концептуальные идеи социально-психологических теорий образа жизни и больших социальных групп (К.А. Абульханова, Г.М. Андреева, В. Вундт, Г.Г. Дилигенский, А.И. Донцов, М. Лацарус, Б.Д. Парыгин, А.А. Свенцицкий, А.В. Сохань, А.Н. Сухов, В.И. Толстых, Г. Тэджфел, Л.И. Уманский, В.В. Шпалинский, В.А. Ядов), а также теоретические идеи и концепции, описывающие процессы ценностной регуляции поведения личности в профессиональной деятельности и межличностных отношениях (Б.С. Алишев, А.А. Бодалев, С.С. Бубнова, Л.Я. Гозман, Л.В. Грузд, И.М. Городецкая, А.А. Журавлев, А.Г. Зравомыслов, О.В. Кобелева, Н.И. Леонов, А. Маслоу, Г. Олпорт, М.Г. Рогов, М. Рокич, С.А. Рубинштейн, Ю.В. Синягин, Е.А. Смирнов, Р.Х. Шакуров, М.С. Яницкий).

В качестве основных **методов исследования** были использованы: логико-теоретический анализ изучаемой проблемы; сбор эмпирического материала (наблюдение, анкетирование, беседа, интервью). Основным эмпирическим инструментарием в исследовании ценностных ориентаций явилась методика «Морфологический тест жизненных ценностей» (МТЖЦ), разработанная Л.В. Карпушиной и В.Ф. Соповым. Главным диагностическим конструктом использованной методики являются терминальные ценности (развитие себя, духовная удовлетворенность, креативность, активные социальные контакты, собственный престиж, высокое материальное положение, достижение, сохранение собственной индивидуальности). Так как сущность образа жизни проявляется также через систему профессиональных отношений, была разработана анкета «Рейтинг», основой которой послужила «Анкета отношений», разработанная М.Г. Роговым с целью исследования механизмов взаимоотношений руководителей среднего звена с коллегами-руководителями и подчиненными.

Достоверность результатов обеспечивалась методологическими позициями, основанными на общепринятых представлениях, сложившихся в психологии, философии, социологии; применением комплекса теоретических и эмпирических методов, адекватно отвечающих предмету, цели и объекту исследования, использованием методов первичной обработки данных и статистического анализа, адекват-

ных формам представления количественных данных и типам полученных распределений. Исследованием было охвачено 168 руководителей среднего звена и 314 подчиненных.

Научная новизна:

1. Впервые в контексте профессиональных отношений рассмотрены ценностные и коммуникативные проявления личности руководителей среднего звена, как составляющие их образа жизни. Определена иерархия ценностных составляющих образа жизни руководителей среднего звена как представителей специфической социальной группы (высокий уровень значимости ценностей эгоистически-престижной направленности, низкий уровень значимости ценностей нравственно-деловой направленности; высокий уровень значимости общественной и профессиональной сферы и низкий уровень значимости сфер физической активности и увлечений).
2. Выявлено содержание коммуникативных составляющих образа жизни руководителей среднего звена через изучение их взаимоотношений с коллегами-руководителями (приоритетность построения отношений по механизмам «бумеранг», «эталон») и подчиненными (приоритетность построения отношений по механизмам «эталон» и «интерес»).
3. Установлен характер взаимосвязи ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни руководителей среднего звена (ценностей нравственно-деловой направленности — с механизмами отношений «бумеранг» и «содействие», ценностей эгоистически-престижной направленности — с механизмами отношений «красота», «интерес», «дефицит»).
4. Определена специфика ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни руководителей среднего звена в зависимости от их половой принадлежности (ценности «креативность», «достижения» в семейной сфере значимы для женщин, ценность «социальные контакты» — для мужчин; в физической сфере ценности «развитие себя», «креативность», «достижения», «собственная индивидуальность» являются более приоритетными для мужчин, чем для женщин; механизмы «дефицит», «интерес» в отношении к подчиненным чаще используются мужчинами, механизмы «эмоциональное эхо», «красота» — женщинами).

Теоретическая значимость. Результаты исследования дополняют научные представления современной психологии личности данными о структурной организации ее ценностных и коммуникативных свойств, а также о половой специфике их проявления, и расширяют теоретическую и эмпирическую базу социальной психологии за счет описания характера взаимосвязи в образе жизни руководителей, как представителей специфической социальной группы, внутренних (ценностные ориентации) и внешних (механизмы отношений) детерминант,

обуславливающих направленность управленческой деятельности. Исследование вносит вклад в дальнейшее развитие понятия «образ жизни» как самостоятельной социально-психологической категории.

Практическая значимость. Результаты исследования содержания и взаимосвязи ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни руководителей среднего звена возможно использовать при разработке тренинговых программ, направленных на повышение значимости ценностей, способствующих актуализации механизмов отношений, позволяющих оптимизировать коммуникативный аспект управленческой деятельности. Полученные знания о ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни руководителей среднего звена могут быть учтены при подготовке профессиональных психологов и социологов, ориентированных на решение проблем, связанных с повышением эффективности профессиональных взаимоотношений.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения диссертации и ее результаты докладывались и обсуждались на Межрегиональной научно-практической конференции «Проблема отношений в жизнедеятельности человека» (г. Владимир, 2004), Региональной научно-практической конференции «Психолого-педагогическое сопровождение образовательного процесса: теория и практика» (г. Елабуга, 2004), Региональной научно-практической конференции «Психология и духовно-нравственное здоровье российского общества» (г. Чебоксары, 2004), Международном конгрессе «Социальная психология XXI столетия» (г. Ярославль, 2004), Всероссийской научно-практической конференции «В.М. Бехтерев и современная психология» (г. Казань, 2005), Всероссийской научно-практической конференции «Мотивация в психологии управления» (г. Самара, 2006).

На защиту выносятся следующие положения:

1. Содержание социально-психологической категории «образ жизни» может быть раскрыто через описание ценностных составляющих, отражающихся в характере профессиональных отношений.
2. Ценностные и коммуникативные составляющие образа жизни *руководителей* среднего звена и *подчиненных* имеют как сходства (приоритетность социальных контактов и собственной индивидуальности в профессиональной сфере, общие ценности в семейной сфере, такие как «духовное удовлетворение», «креативность», «достижения», «собственная индивидуальность»; примерно одинаковый уровень значимости ценностей сферы физической активности и низкий уровень значимости в использовании механизма «созвучие» в отношениях друг с другом), так и различия, обусловленные статусом субъектов в системе профессиональных взаимоотношений (приоритетность нравственно-деловых ценностей в профессиональной сфере, высокий уровень значимости ценностных составляющих общественной жизни и сферы обучения и образования — у руководителей, в отличие от подчиненных, для которых значимы ценностные

составляющих сферы увлечений; различия в коммуникативных составляющих при использовании механизмов «эталон», «бумеранг», «эмоциональное эхо», «красота»).

3. Существуют сходства (общие ценности профессиональной сферы, сферы обучения и образования, увлечений, общественной сферы; использование в отношениях к подчиненным механизма «бумеранг», «созвучие», «содействие») и различия в содержании ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни руководителей среднего звена, связанные с *половой принадлежностью* (ценности «креативность», «достижения» в семейной сфере более значимы для женщин, ценность «социальные контакты» — для мужчин; в физической сфере ценности «развитие себя», «креативность», «достижения», «собственная индивидуальность» являются более приоритетными для мужчин; в отношениях с подчиненным мужчины чаще используют механизмы «дефицит», «интерес», а женщины — механизмы «эмоциональное эхо», «красота»).
4. Ценностные составляющие образа жизни, имеющие нравственно-деловую направленность («развитие себя», «духовное удовлетворение», «социальные контакты»), сопровождаются актуализацией коммуникативных составляющих и обуславливают построение отношений с помощью механизмов ответного эмоционального отношения (механизм «бумеранг»), оказание содействия (механизм «содействие»). Последнее способствует возникновению взаимодействия, основанного на сотрудничестве, позволяющем оптимизировать управленческую деятельность.

Структура диссертации. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка использованной литературы, насчитывающего 203 наименования и приложения. Общий объем диссертации составляет 164 страниц без приложения. В тексте диссертации содержится 9 таблиц и 24 рисунка.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования и кратко рассматривается степень ее научной разработанности. Формулируется проблема, цель и задачи исследования, выдвигаются гипотезы, определяется научная новизна проведенного исследования, его теоретическая и практическая значимость, раскрываются положения выносимые на защиту.

Первая глава «Теоретико-методологические основания изучения ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни руководителей среднего звена» включает в себя четыре параграфа.

В *первом параграфе* фокусируется внимание на руководителях как специфической социальной группе, рассматривается вопрос о том, яв-

ляется ли руководящая должность фактором, объединяющим людей в большую специфическую социальную группу.

В соответствии с теоретическими представлениями ведущих психологов о содержании понятия «социальная группа» (Г.М. Андреева, Д.И. Донцов, Б.Д. Парыгин, Б.Ф. Поршнев и др.), делается вывод о том, что руководители среднего звена составляют специфическую социальную группу. Основанием для данного объединения служат следующие признаки: во-первых, социальным фактором является особый характер деятельности управленцев, реализующийся через систему функций: общих и специальных (В.А. Рубахин, А.В. Филлипов), производственных, социально-психологических (А.А. Журавлев, В.Г. Шорин), целевых функций управленческой деятельности (Б.С. Алишев, Р.Х. Шакуров); во-вторых, к социально-психологическим факторам относится наличие общих черт личности, характерных для всех управленцев, наиболее важными среди которых являются коммуникативные (А.А. Журавлев, В.Г. Пузиков) и организаторские способности (О.В. Ромашев, Л.О. Ромашева, Л.И. Уманский).

И.М. Городецкая и М.Г. Рогов акцентируют внимание на том, что руководители различного уровня, с одной стороны, являются представителями большой социальной группы, с другой — различных конкретных, определенных социальных групп, и поэтому являются носителями как общих, так и конкретных ценностей и образа жизни. Таким образом, можно сделать вывод о том, что руководителям, как специфической социальной группе, присущ свой образ жизни, определяющийся спецификой управленческой деятельности.

Во *втором параграфе* дается теоретический анализ литературы по проблеме «образа жизни», рассматриваются содержание категории «образ» и различные позиции в понимании категории «образ жизни».

Известно, что образ возникает в процессе отражательной деятельности, воплощаясь в чувственную форму психического явления, закрепляющуюся в сознании как субъективная картина мира или его фрагментов (В.П. Зинченко, А.Н. Леонтьев, С.А. Рубинштейн, С.Д. Смирнов).

Изучение проблемы образа жизни носит междисциплинарный характер. В рамках социологического подхода образ жизни рассматривался в трудах В.И. Бегина, Г.Е. Глезермана, Г.В. Дыльнова, И.Т. Левыкина, А.П. Митракаса, Е.П. Савруцкой, Е.А. Смирнова, В.И. Толстых, В.А. Шаболина. В психологии категория «образ жизни» являлась предметом исследования К.А. Абульхановой, Б.Г. Ананьева, Б.А. Класова, С.А. Рубинштейна, М. Такала.

С позиции социально-психологического подхода образ жизни определяется как устоявшиеся, типичные формы жизнедеятельности личности и деятельности в гражданской сфере, единство общественных предписаний и интимной сферы сознания, ценностных ориентаций (Б.Ф. Ломов, Б.Д. Парыгин, Г.П. Предвечный, М.Г. Рогов, Л.В. Со-

хань, А.Н. Сухов, В.А. Тихонович, Ю.А. Шерковин, В.А. Ядов). А.И. Суховым была предложена структура образа жизни, состоящая из следующих компонентов: аксиологический, то есть ценностный; конативный; когнитивный; коммуникативный, определяющий включенность человека в систему социальных связей. Автор подчеркивает: в основе образа жизни личности лежит ее ценностно-ориентационная система, что позволяет рассматривать содержание образа жизни руководителей среднего звена во взаимосвязи его ценностных и коммуникативных составляющих.

Ценность — это любой объект, имеющий жизненно важное значение для субъекта. Формируясь в сознании, ценности постигаются затем в процессе освоения культуры (Б.Г. Ананьев, А.Г. Здравомыслов, В.А. Ядов). Ценности как общественные регуляторы поведения проявляются через систему отношений — некую эмоционально оценочную систему взаимодействия субъекта с объективным миром (Л.Я. Гозман), определяющую место личности в общественной и личной жизни (К.А. Абульханова). Р.Х. Шакуров считает, что отношения существуют в нашем сознании и в форме рациональной оценки. Следовательно, образ жизни является социально-психологической категорией, т.к. включает не только устойчивые формы деятельности, но и определенные общественные отношения (обусловленные как исторической формацией, так и индивидуальными особенностями личности), отражающие как социально-экономические условия жизни социальной общности, так и уровень духовно-нравственного развития самой личности.

В *третьем параграфе* раскрывается специфика ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни руководителей среднего звена.

Ценностные ориентации руководителей являлись предметом исследования И.М. Городецкой, С.П. Дырина, Т.Г. Жамковой, Н.А. Журавлевой, А.Н. Занковского, О.В. Кобелевой, Е.Д. Короткиной, К.И. Лысенко, М.Г. Рогова, Ю.В. Синягина. В работах О.В. Кобелевой, Ю.В. Синягина показано, что на ценностный мир руководителей оказывают влияние такие социально-психологические факторы как возраст, пол, стаж. В трудах С.П. Дырина и М.Г. Рогова определено влияние ценностной структуры личности на стиль деятельности управленцев. Г.В. Турецкой была определена специфика мотивационной сферы управленческой деятельности женщин-руководителей.

В управленческом процессе выделяются следующие отношения: социально-эмоциональные, деловые, инструментальные, формальные, властные. А.А. Журавлевым и А.Б. Купрейченко на материале исследования руководителей негосударственных предприятий была выявлена высокая значимость таких нравственных норм как справедливость и ответственность в деловых отношениях. Отношение к деньгам, как компоненту экономического сознания, изучалось в исследованиях Е.Д. Короткиной. Коммуникативные способности руководи-

лей стали объектом исследования в работах Г.М. Андреевой, А.А. Журавлева, В.Г. Пузикова, А.А. Свенцицкого.

Важным результатом многих исследований является убеждение в том, что индивидуальные особенности личности влияют на эффективность межличностных взаимоотношений (А.А. Бодалев), профессиональных отношений (Р.Х. Шакуров) и на деловое общение (А.А. Журавлев, В.Г. Пузиков).

В *четвертом параграфе* раскрываются методологические основы исследования ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни руководителей среднего звена, описаны использованные в работе методики исследования.

Применяемый в качестве методологической основы системно-деятельностный подход в понимании социально-психологической категории образа жизни, требует исследования его содержания во взаимодействии внутренних (ценностных) и внешних (профессиональных отношений) факторов. В.П. Зинченко подчеркивает, что разделение на внешние и внутренние факторы является ложной дихотомией, поскольку психическое является единым целым. При этом предполагалось, что определение взаимосвязи ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни, в свою очередь, позволит определить направления и способы оптимизации деятельности руководителей среднего звена.

В качестве эмпирического инструментария была использована методика «Морфологический тест жизненных ценностей» (МТЖЦ), разработанная А.В. Карпушиной и В.Ф. Соповым, позволяющая оценить значимость терминальных ценностей личности в зависимости от их проявлений в различных сферах жизни. Для рассмотрения производственных отношений, складывающихся у руководителей среднего звена, в исследовании была использована адаптированная анкета «Рейтинг», основой которой послужила «Анкета отношений», разработанная М.Г. Роговым. В качестве диагностического инструментария были использованы механизмы отношений, выделенные Р.Х. Шакуровым.

Во второй главе «Эмпирические исследования ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни руководителей среднего звена» обсуждаются результаты эмпирического исследования.

В *первом параграфе* описываются общественно-экономические условия образа жизни руководителей среднего звена.

При анализе демографических характеристик выявлено, что среди руководителей среднего звена на промышленных предприятиях 85% составляют мужчины и лишь 15% — женщины. Средний возраст этих руководителей — 30-45 лет. 97% руководителей имеют высшее образование, 3% — средне специальное. Из общего числа обследованных руководителей среднего звена 79% имеют семью (замужем, женаты), 3% — овдовели, а 18% составляют разведенные. У 58% руководителей среднего звена в семье двое детей, у 36% руководителей — один ребенок, а у 6% имеется трое детей.

Одной из важных характеристик образа жизни личности являются условия ее труда. Управленцы среднего звена занимаются умственным трудом. 88% руководителей среднего звена имеют отдельный рабочий кабинет и лишь 12% его не имеют. У руководителей среднего звена, работающих на обследованных предприятиях, дневной график работы, выходными днями являются суббота и воскресенье. Однако иногда им приходится проводить выходные на работе, решая текущие вопросы.

Одним из важных показателей является удовлетворенность личности своим образом жизни. Отвечая на вопрос «Удовлетворены ли вы своим образом жизни?» 52% из числа опрошенных руководителей высказали полное удовлетворение своим образом жизни и 48% — были неудовлетворены.

Во *втором параграфе* анализируется иерархическая структура ценностных составляющих образа жизни руководителей среднего звена. Рассматривается их взаимосвязь с внешними социально-психологическими условиями (жизненными сферами), анализируются различия ценностных составляющих образа жизни руководителей среднего звена и их подчиненных.

Результаты однофакторного дисперсионного анализа для независимых выборок показали отсутствие статистически значимых различий относительно влияния фактора «организация» (имеется в виду место работы) на ценностные ориентации и механизмы отношений руководителей среднего звена. В связи с этим руководители всех трех промышленных предприятий были объединены в одну экспериментальную выборку исследования.

В процессе обработки полученных результатов была выявлена следующая **иерархическая структура ценностных ориентаций** руководителей среднего звена: материальное положение (1 ранг, вес 7,09), социальные контакты (2 ранг, вес 6,86), собственная индивидуальность (3 ранг, вес 4,50), развитие себя (4 ранг, вес 6,41), собственный престиж (5 ранг, вес 6,31), достижение (6 ранг, вес 5,01). Наименее востребованными оказались такие ценности как «креативность» (7 ранг, вес 5,99) и «духовное удовлетворение» (8 ранг, вес 4,90).

Иерархическая структура жизненных сфер управленческого персонала среднего звена: общественная сфера (1 ранг, вес 7,51), профессиональная сфера (2 ранг, вес 6,65), сфера обучения и образования (3 ранг, вес 6,46), семейная сфера (4 ранг, вес 5,93), сфера физической активности (5 ранг, вес 5,89), сфера увлечений (6 ранг, вес 5,29).

При анализе значимости ценностей были выявлены и статистически достоверные различия (t-Стьюдента) относительно значимости ценностных ориентаций *мужчин-руководителей* и *женщин-руководителей*. Для руководителей-женщин, в отличие от мужчин, значимы ценности «развитие себя», «достижение», «собственная индивидуальность». Наибольший вес в мужской выборке приобретают ценности «материальное положение» и «социальные контакты». Общественная и профес-

сиональная сфера жизни имеют больший вес в женкой выборке, чем в мужской: при $t=3,18$ ($p \leq 0,01$) и $t=2,19$ ($p \leq 0,05$), соответственно.

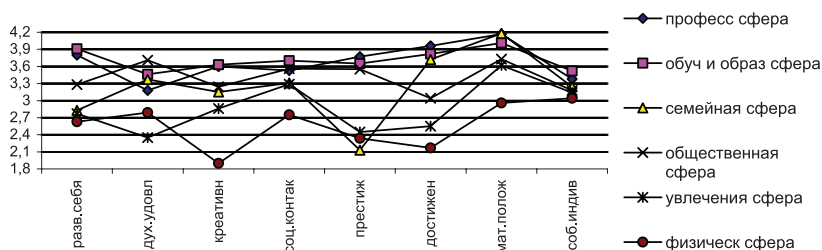


Рисунок 1

Значимость ценностей в различных жизненных сферах
у руководителей среднего звена

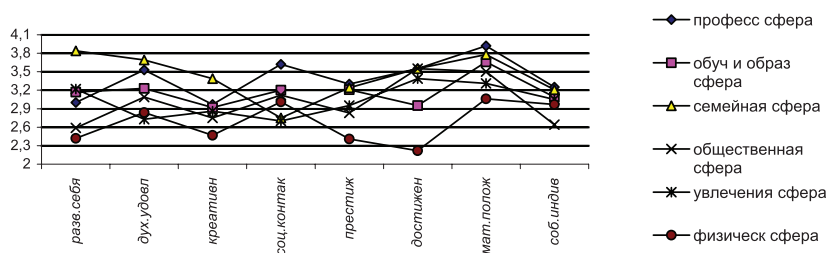


Рисунок 2

Значимость ценностей в различных жизненных сферах
у подчиненных

Для выявления своеобразия содержания ценностных составляющих образа жизни у руководителей среднего звена был проведен **сравнительный анализ значимости ценностей у управленцев и подчиненных** в различных сферах жизни. Из рисунков 1 и 2 видно, что в профессиональной сфере у руководителей более актуализированы, чем у подчиненных, ценности «развитие себя» (при $t=4,24$ $p \leq 0,001$), «креативность» ($t=3,539$ при $p \leq 0,001$), «собственный престиж» ($t=2,577$ при $p \leq 0,05$), «достижение» ($t=2,612$ при $p \leq 0,01$).

Таким образом, в профессиональной сфере у руководителей среднего звена наблюдается стремление к наиболее полной реализации своих профессиональных способностей, стремление внести в свою профессиональную деятельность элемент творчества, достичь ощутимых конкурентных результатов в профессиональной деятельности.

Так же для руководителей более, чем для подчиненных, в сфере обучения и образования являются приоритетными «развитие себя» ($t=4,689$ при $p \leq 0,001$), «креативность» ($t=4,056$ при $p \leq 0,001$), «социальные контакты» ($t=3,190$ при $p \leq 0,01$), «собственный престиж» ($t=2,168$

при $p \leq 0,05$), «достижение» ($t=4,91$ при $p \leq 0,001$), «собственная индивидуальность» ($t=2,507$ при $p \leq 0,05$).

Через повышение своего образования руководители стараются войти в социальные группы, которые обладают высоким социальным статусом в обществе, и занять в них достойное положение.

В семейной сфере у руководителей среднего звена, в отличие от подчиненных, преобладают ценности «материального положения» ($t=2,651$ при $p \leq 0,01$) и «социальные контакты» ($t=3,273$ при $p \leq 0,01$). Руководители стремятся к максимально высокому уровню материального достатка своей семьи и требуют строго распределения семейных обязанностей.

Что касается общественной сферы жизнедеятельности, то у руководителей среднего звена, в отличие от подчиненных, являются значимыми следующие ценности: «развитие себя» ($t=3,927$ при $p \leq 0,001$), «духовное удовлетворение» ($t=3,852$ при $p \leq 0,001$), «креативность» ($t=2,781$ при $p \leq 0,01$), «социальные контакты» ($t=2,609$ при $p \leq 0,01$), «собственный престиж» ($t=4,107$ при $p \leq 0,001$), «собственная индивидуальность» ($t=3,02$ при $p \leq 0,01$). Результаты показывают, что у руководителей наблюдается стремление к раскрытию своего потенциала в общественно-политической сфере, использование коллегиального стиля в руководстве, но при этом они стараются не попасть под влияние общественно-политических взглядов других людей.

В сфере увлечений в выборке руководителей среднего звена, в отличие от подчиненных наблюдаются статистически весомые различия в их отношении к ценности «социальные контакты» ($t=3,480$ при $p \leq 0,001$). Это проявляется в желании руководителей найти в своих увлечениях единомышленников и взаимодействовать с ними.

Низкий уровень значимости ценности «креативность» в физической сфере у руководителей среднего звена, по сравнению с подчиненными ($t=3,025$ $p \leq 0,001$), характеризует тенденцию к стабильности, привычности в активных формах досуга.

Проведенный интеркорреляционный анализ показал, что практически все ценности (96%) имеют между собой достоверно значимые взаимные положительные связи ($p \leq 0,01$), что свидетельствует о достаточно целостной ценностной структуре личности руководителей. Так, корреляционный анализ, проведенный между нравственно-деловыми ценностями и жизненными сферами в выборке руководителей, показал, что ценность «социальные контакты» тесным образом связана практически со всеми сферами жизнедеятельности, кроме сферы семейной жизни, и, соответственно, играет существенную роль в образе жизни управленцев.

Анализ корреляционных связей эгостически-престижных ценностей с жизненными сферами показал, что в выборке руководителей среднего звена ценности «собственный престиж» и «достижение» имеют наибольшее количество взаимосвязей с жизненными сферами

и занимают значимое положение в содержании образа жизни руководителей среднего звена. Резюмируя вышесказанное, следует заметить, что эгостически-престижные ценности актуализируются в рамках таких жизненных сфер, как физическая активность, семья, увлечения.

Таким образом, существуют статистически значимые различия во взглядах руководителей и подчиненных на ценностные составляющие образа жизни, обусловленные спецификой социальной группы управленцев и местом, которое они занимают в системе профессиональных отношений.

Третий параграф посвящен анализу производственных взаимоотношений как внешних социально-психологических условий образа жизни руководителей среднего звена.

Отношения руководителей среднего звена со своими коллегами-руководителями строятся на основе следующих механизмов: «эталон» (ранг 1; вес 3,93), «бумеранг» (ранг 2; вес 3,63). Однако, действие механизма «бумеранг» во взаимоотношениях руководителей носит неоднозначный характер. Так, признак «уважительны и тактичны по отношению друг к другу» занимает 1 ранг (вес 4,11), «дружелюбны между собой» — 9 ранг (вес 3,66), а признак «откровенно и честно делятся своими проблемами на производстве» занимает 16 ранг (вес 3,44), «искренни во взаимоотношениях» — располагается на 23 позиции (вес 3,04).

На третьем по значимости уровне располагается «красота» (ранг 3; вес 3,61). На четвертой позиции — механизм «созвучие» (ранг 4; вес 3,50): руководители «являются союзниками и единомышленниками в решении производственных задач» (ранг 2; вес 3,89), «чувствуют себя легко и свободно при общении друг с другом» (ранг 8; вес 3,67), но при этом не всегда «могут положиться друг на друга» (ранг 17; вес 3,34) и их не «привлекает совместный отдых» (ранг 25; вес 2,76). Это может трактоваться как отсутствие эмоциональной близости между руководителями одного уровня. Это обстоятельство подтверждается спецификой функционирования механизма «содействие» (ранг 6, вес 3,44): руководители «оказывают помощь в материальном обеспечении производства (документация, оборудование, техника)» (ранг 5 вес 3,76), «помогают друг другу в решении производственных конфликтов» (ранг 6; вес 3,74), но при этом не «помогают друг другу в решении жизненных проблем» (ранг 20; вес 3,21), не «всегда оказывают друг другу моральную поддержку» (ранг 21; вес 3,14). Уровень значимости механизма «интерес» (ранг 5; вес 3,49) чуть выше, чем механизма «содействие». Критерий удовлетворения взаимоотношениями руководителей внутри своей социальной группы, составляющей 3,66, позволяет сделать вывод о среднем уровне удовлетворенности руководителей среднего звена отношениями со своими коллегами.

Сравнение данных корреляционного анализа **между мужской и женской выборкой** показало, что существенных различий по данному вопросу между выборками не наблюдается.

На характер профессиональных отношений оказывают влияние и **взаимоотношения руководителей среднего звена с подчиненными**. Распределение механизмов в иерархической структуре отношений руководителей и подчиненных выглядит следующим образом: «эталон» (ранг 1; вес 4,11), «интерес» (ранг 2; вес 4,05), «бумеранг» (ранг 3; вес 3,84), «дефицит» (ранг 4; вес 3,82), «содействие» (ранг 5; вес 3,65), «созвучие» (ранг 6; вес 3,61), «эмоциональное эхо» (ранг 7; вес 3,52), «красота» (ранг 8; вес 3,51).

Наиболее значимыми признаками взаимоотношений руководителей и подчиненных являются следующие: «ценю работников, проявляющих инициативу в решении производственных задач» (№ 11), «нравятся рабочие с высоким профессиональным мастерством» (№ 19; ранг 2; вес 4,44), «уважаю ответственных работников» (№ 3; ранг 3; вес 4,42). Однако следует отметить, что в отношениях с подчиненными у руководителей проявляются также: не «откровенно и честно делюсь проблемами на производстве» (№ 21; ранг 17; вес 3,73) и не «искренни во взаимоотношениях с ними» (№ 17; ранг 18; вес 3,65).

При сравнении характера взаимоотношений с подчиненными в выборках, выделенных по половому признаку, были выявлены статистически значимые различия в использовании механизмов отношений руководителей к подчиненным: механизмы «дефицит», «интерес» в отношении к подчиненным чаще используются мужчинами, механизмы «эмоциональное эхо», «красота» — женщинами.

Проблема взаимоотношений носит двухсторонний характер, поэтому ее необходимо рассматривать и с позиции **отношения подчиненных к руководителям** среднего звена. В процессе обработки анкетных данных была выявлена следующая иерархическая структура отношений подчиненных к руководителям: механизм «интерес» (ранг 1; вес 4,29), механизм «эмоциональное эхо» (ранг 2; вес 3,94), механизм «эталон» (ранг 3; вес 3,92), механизм «красота» (ранг 4; вес 3,79), механизм «бумеранг» (ранг 5; вес 3,69), механизм «дефицит» (ранг 6; вес 3,63), механизм «созвучие» (ранг 7; вес 3,52), механизм «содействие» (ранг 8; вес 3,48).

При рассмотрении признаков отношения подчиненных к руководителям были получены следующие результаты: наибольшую противоречивость по выраженности признаков отношений содержит в себе механизм «бумеранг» — с одной стороны подчиненные «уважительны и тактичны по отношению к руководителям» (№ 1; ранг 4; вес 4,45); с другой стороны, подчиненные не «искренни во взаимоотношениях с ними» (№ 3; ранг 20; вес 3,57).

Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики (использовался t-Стьюдента для выявления степени достоверности различий) показала, что практически все механизмы отношений, за исключением механизма «созвучие», имеют статистически значимые различия при сравнении результатов, полученных в группах руководителей и подчиненных (табл. 1).

**Различия во взаимоотношениях
руководителей среднего звена и подчиненных**

| Механизмы отношений | Вес блока «руководители» | Ранг | Вес блока «подчиненные» | Ранг | Значение различий (t-Стьюдента) |
|-------------------------|--------------------------|------|-------------------------|------|---------------------------------|
| Бумеранг | 3,84 | 3 | 3,69 | 5 | 3** |
| Созвучие | 3,61 | 6 | 3,52 | 7 | 1,5 |
| Эталон | 4,11 | 1 | 3,92 | 3 | 3,8*** |
| Дефицит | 3,82 | 4 | 3,63 | 6 | 3,8*** |
| Эмоциональное эхо | 3,52 | 7 | 3,94 | 2 | 7*** |
| Содействие | 3,65 | 5 | 3,48 | 8 | 2,83** |
| Интерес | 4,05 | 2 | 4,29 | 1 | 4*** |
| Красота | 3,51 | 8 | 3,79 | 4 | 4*** |
| Критерий удовлетворения | 3,91 | | 3,65 | | 3,71*** |

Примечание: критическими значениями t-критерия Стьюдента для $n=482$ являются 1,96 при $*p \leq 0,05$, 2,58 при $**p \leq 0,01$ и 3,29 при $***p \leq 0,001$.

Данный факт еще раз свидетельствует о противоречивости и сложности отношений между руководителями и подчиненными. Статистический анализ различий по критерию удовлетворения дает право утверждать, что руководители более удовлетворены своими взаимоотношениями с подчиненными (вес 3,91), чем подчиненные — отношениями с руководителями (вес 3,65) — соответственно $t=3,71$ $p \leq 0,001$.

Четвертый параграф содержит анализ взаимосвязи ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни руководителей среднего звена.

Для более детального анализа социально-психологического аспекта образа жизни был определен характер взаимосвязи ценностных составляющих образа жизни и механизмов производственных отношений руководителей среднего звена. В процессе эмпирического исследования была выявлена следующая взаимосвязь между ценностными составляющими профессиональной сферы и механизмами **отношения руководителей к своим коллегам**: 1) эгоистически престижные ценности личности («достижения», «собственный престиж») влекут за собой использование таких механизмов отношений с коллегами-руководителями, как «бумеранг», «созвучие», «дефицит», «красота» ($p \leq 0,001$); 2) достоверно значимые взаимоположительные связи ($p \leq 0,001$) наблюдаются с ценностью нравственно-деловой направленности («социальные контакты») и механизмом отношений «красота» ($r=0,476$ при $p \leq 0,001$).

В рамках сферы образования и обучения управленцы, которым важно как их оценивают коллеги-руководители с позиции развития их личностных особенностей (знаний, умений, способностей), используют во взаимоотношениях со своими коллегами такие механизмы отношений, как ответно-эмоциональное и содействие ($p \leq 0,001$).

Обнаружена статистически достоверная взаимосвязь между ценностными составляющими общественной сферы жизни (ценность «социальные контакты») и такими механизмами отношений, как «бумеранг» ($r=0,570$ при $p \leq 0,001$), «созвучие» ($r=0,582$ при $p \leq 0,001$), «красота» ($r=0,536$ при $p \leq 0,001$); наблюдается обратная корреляционная связь между уровнем значимости в общественной сфере ценности «собственная индивидуальность» и действием механизма отношений «эталон» ($r=0,576$ при $p \leq 0,001$). То есть, чем выше у руководителей среднего звена стремление не попасть под влияние общественно-политических взглядов, тем меньше они склонны оценивать своих коллег с позиции соответствия или несоответствия их поведения, деятельности, образа мыслей с определенным эталонным идеалом руководителя.

Проведенный корреляционный анализ позволяет сделать вывод о том, что характер отношений руководителей среднего звена с коллегами определяется ценностными составляющими профессиональной и общественной сферы, сферы обучения и образования.

Что же касается взаимосвязи ценностных составляющих образа жизни руководителей среднего звена с механизмами **отношения к подчиненным**, то в данном случае наблюдается следующая картина.

В профессиональной сфере высокая значимость для руководителей среднего звена ценности «развитие себя» способствует построению отношений с подчиненными по механизму перенесения своего эмоционального состояния на субъектов управления ($r=0,512$ при $p \leq 0,001$) и отношения к подчиненным с позиции механизма «дефицит» ($r=0,532$ при $p \leq 0,001$). В связи с этим, руководитель среднего звена постоянно требует соответствия личностных качеств своих подчиненных дефицитным качествам личности, которыми, на его взгляд, должен обладать хороший работник.

Ценность «социальных контактов» обуславливает использование руководителями среднего звена таких механизмов отношений с подчиненными, которые требуют оказание содействия ($r=0,656$ при $p \leq 0,001$), помощи своим подчиненным в решении сложных производственных задач, эмоционально-ответные отношения ($r=0,642$ при $p \leq 0,001$). Наблюдается также построение отношений руководителей с подчиненным и на основе соответствия их эталонным качествам идеального работника ($r=0,660$ при $p \leq 0,001$).

Высокая значимость ценности «собственный престиж» взаимосвязана с функционированием такого механизма отношений, как «эталон» ($r=0,648$ при $p \leq 0,001$), и проявлением познавательного интереса

($r=0,714$ при $p \leq 0,001$) к своим подчиненным, к их желаниям и профессиональным способностям.

Таким образом, ценности нравственно-деловой направленности способствуют возникновению производственных отношений, основанных на механизмах «бумеранг», «содействие», а ценности эгоистически-престижной направленности приводят к актуализации в производственных отношениях механизмов «дефицит», «эталон». Следовательно, повышение значимости таких ценностей, как «духовное удовлетворение», «социальные контакты», «развитие себя» в сферах профессиональной жизни, обучения и образования будет способствовать повышению эффективности производственных отношений руководителей среднего звена как с коллегами, так и с подчиненными.

В **заключении** диссертации приводятся теоретические и практические **выводы**, определяются направления дальнейшего изучения проблемы.

Установлено:

1. Исследование показало, что образ жизни складывается из таких характеристик как социально-экономические условия жизнедеятельности, потребности, ценности, интересы личности, отношение субъекта образа жизни к условиям и характеру своей жизнедеятельности.
2. Иерархическая структура ценностных ориентаций руководителей среднего звена представлена следующей последовательностью ценностей: «материальное положение» (1 ранг, вес 7,09), «социальные контакты» (2 ранг, вес 6,86), «собственная индивидуальность» (3 ранг, вес 4,50), «развитие себя» (4 ранг, вес 6,41), «собственный престиж» (5 ранг, вес 6,31), «достижение» (6 ранг, вес 5,01), «креативность» (7 ранг, вес 5,99), «духовное удовлетворение» (8 ранг, вес 4,90).
3. Иерархическая структура жизненных сфер управленческого персонала составляет следующий ряд: общественная сфера (1 ранг, вес 7,51), профессиональная сфера (2 ранг, вес 6,65), сфера обучения и образования (3 ранг, вес 6,46), семейная сфера (4 ранг, вес 5,93), сфера физической активности (5 ранг, вес 5,89), сфера увлечений (6 ранг, вес 5,29).
4. Имеются *различия в ценностных составляющих* образа жизни **руководителей среднего звена и подчиненных**:
 - приоритетными в профессиональной сфере для руководителей, в отличие от подчиненных являются ценности нравственно-деловой направленности;
 - уровень значимости ценностных составляющих общественной жизни и сферы обучения и образования выше у руководителей среднего звена, чем у подчиненных;
 - ценностные составляющие сферы увлечения более выражены у подчиненных, чем у руководителей.

- Существуют различия в ценностных составляющих образа жизни руководителей среднего звена **в зависимости от их половой принадлежности**:
 - такие ценности как «креативность» и «достижения» в семейной сфере значимы для женщин, а ценность «социальные контакты» — для мужчин;
 - в физической сфере для мужчин, в отличие от женщин, приоритетными являются ценности «развитие себя», «креативность», «достижения», «собственная индивидуальность».
5. *Коммуникативные составляющие взаимоотношений руководителей среднего звена с коллегами* также отображают специфику управленческой деятельности: они носят сугубо производственный характер, отношения, основанные на эмоциональной близости, практически отсутствуют. Поэтому приоритетными являются отношения, основанные на оценочных эталонах (механизм «эталон»), эмоциональном ответном отношении (механизм «бумеранг») и внешней привлекательности (механизм «красота»). Статистически значимых различий **по половой принадлежности** в данном случае не наблюдается.
 6. Содержание коммуникативных составляющих образа жизни проявляется и в механизмах **отношений руководителей среднего звена с подчиненными**. Взаимоотношения с подчиненными у управленцев направлены на достижение значимых ценностей, при этом практически не используются отношения, основанные на чувстве родства, близости, укрепляющие взаимное доверие (механизм «созвучие»). Взаимоотношения строятся на оценочных эталонах (механизм «эталон») и познавательных потребностях (механизм «интерес»). Существуют статистически значимые различия в проявлении механизмов отношений («интерес», «дефицит», «красота») связанных с половой принадлежностью.
 7. **Отношение подчиненных к руководителям** среднего звена строится с позиции удовлетворения познавательных потребностей («интерес»), наблюдается склонность при взаимодействии с руководителями проецировать на них собственные эмоциональные состояния (механизм «эмоциональное эхо»). Наличие большого количества статистически значимых различий свидетельствует о сложности и противоречивости взаимоотношений подчиненных и руководителей, что обусловлено особенностями их образа жизни.
 8. На производственные отношения руководителей среднего звена в значительной степени влияют ценностные составляющие образа жизни профессиональной и общественной сферы, сферы обучения и образования. Повышение значимости в сферах профессиональной жизни, обучения и образования ценностей нравственно-деловой направленности позволит оптимизировать коммуникативный аспект деятельности руководителей среднего звена.

Полученные результаты позволяют сформулировать **следующие практические рекомендации:**

Психолог, занятый в психологической службе кадров, занимающийся вопросами планирования, разработки и внедрения мероприятий, направленных на оптимизацию управленческой деятельности должен принять во внимание ряд моментов:

- существуют различия в ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни в зависимости от половой принадлежности руководителей среднего звена. Так, ценности «креативность», «достижения» в семейной сфере более значимы для женщин, ценность «социальные контакты» — для мужчин; ценностные составляющие физической сферы являются более приоритетными для мужчин; в отношениях с подчиненным мужчины чаще используют механизмы «дефицит», «интерес», а женщины — механизмы «эмоциональное эхо», «красота»;
- поскольку выявлены противоречия во взаимоотношениях подчиненных и руководителей среднего звена, связанные с различиями в проявлении механизмов отношений, то необходимо с помощью тренинговых программ актуализировать ценности нравственно-деловой направленности, способствующие возникновению взаимоотношений основанных на сотрудничестве.

Перспектива дальнейших исследований видится в развитии темы в нескольких направлениях:

- изучение ценностных и коммуникативных составляющих во взаимосвязи с когнитивными и конативными проявлениями образа жизни руководителей среднего звена;
- исследование специфики ценностных и коммуникативных составляющих образа жизни руководителей в зависимости от типа личности;
- разработка и апробация тренинговых программ, направленных на актуализацию ценностей нравственно-деловой направленности, способствующих оптимизации коммуникативного аспекта управленческой деятельности.

Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях:

I. Публикация в журнале по перечню ВАК Минобрнауки РФ:

1. Штерц О.М. Развитие ценностных ориентаций руководителей среднего звена / О.М. Штерц // Образование и саморазвитие — 2007. — № 3. — С. 69-76.

II. Публикации отражающие основные положения диссертационного исследования:

2. Антонова О.М. (Штерц О.М.) Взаимосвязь ценностных ориентаций и стилей управления руководителя / О.М. Антонова // Про-

- блема отношений в жизнедеятельности человека: Сборник материалов межрегиональной научно-практической конференции. — Владимир, 2004. — С. 12-15.
3. Антонова О.М. (Штерц О.М.) Руководители как специфическая социальная группа / О.М. Антонова // Социальная психология XXI столетия / Под ред. В.В. Козлова. — В 3 т. — Т. 1. — Ярославль: МАПН, 2004. — С. 62-64.
 4. Антонова О.М. (Штерц О.М.) Ценности как проявление духовного мира личности руководителя / О.М. Антонова // Психология и духовно-нравственное здоровье российского общества: Материалы региональной научно-практической конференции / Под общ. ред. В.П. Фоминых. — Чебоксары: Изд-во Чувашского университета, 2004. — С. 252-255.
 5. Антонова О.М. (Штерц О.М.) К проблеме о соотношении руководителей к специфической социальной группе / О.М. Антонова // Вестник научных трудов Нижнекамского филиала Московского гуманитарно-экономического института / Отв. ред. А.О. Прохоров — Серия 6: Психология. — Нижнекамск: Нижнекамский филиал МГЭИ, 2005. — С. 15-27.
 6. Антонова О.М. (Штерц О.М.) Образ жизни руководителя и его соотношение с понятием жизненный путь личности / О.М. Антонова // Человек. Власть. Общество: Научные труды IV Азиатско-тихоокеанского Международного Конгресса психологов. — Хабаровск: Хабаровский госпедуниверситет, 2005. — С. 15-19.
 7. Антонова О.М. (Штерц О.М.) Образ жизни как социально-психологическая категория / О.М. Антонова // В.М. Бехтерев и современная психология: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции / Под ред. проф. Л.М. Попова. — Казань: КГУ, 2005. — С. 462-471.
 8. Штерц О.М. Образ жизни как социально-психологическая категория / О.М. Штерц // Вестник интегративной психологии. — Вып. 4. — Ярославль, 2006. — С. 183-186.
 9. Штерц О.М. Влияние ценностных ориентаций на образ жизни руководителей / О.М. Штерц // Мотивация в психологии управления: материалы Всероссийской научно-практической конференции / Отв. ред. А.В. Капцов. — Самара: Самарская гуманитарная академия, 2006. — С. 181-184.

